



chai[®]
café + comida + bebida + revistas

+

 **Easier
Loyalty**[®]

**Somos expertos en analizar hábitos de compra
para aumentar el ticket promedio de tu negocio.**



ÍNDICE

- **03** INTRODUCCIÓN
- **04** PERFIL DE LA EMPRESA
- **05** PROBLEMÁTICA
- **06** LA PROPUESTA
- **07** RESULTADOS
- **10** ¿CÓMO FUNCIONA EL SISTEMA DE LEALTAD?
- **11** PROYECTOS FUTUROS

INTRODUCCIÓN

Easier Loyalty de Avansys es un sistema de fidelidad inteligente enfocado en aumentar el ticket promedio y la venta repetida de tu negocio. Actualmente Easier Loyalty está operando en: Restaurantes, Cafeterías, Hoteles, Retails, Distribuidores y Gasolineras. Cada negocio cuenta con características y formas de operar únicas lo cual nos lleva a poder brindar un servicio de consultoría totalmente personalizado y a la medida.

Sin embargo todas las industrias tienen en común un mismo objetivo al buscar implementar un sistema de lealtad:

- ▶ Aumentar el monto de venta.
- ▶ La frecuencia de visitas.
- ▶ Disminuir la pérdida de clientes.

Gracias a la interconexión de sistemas con Easier Loyalty todo lo anterior es posible, el análisis inteligente de hábitos de consumo permite segmentar y controlar tus estrategias de marketing.



PERIL DE LA EMPRESA

CHAI empresa dedicada al ramo de restaurantero que opera desde hace 13 años especializada en el servicio de cafetería, son creadores del concepto original que impera en sus establecimientos, donde los clientes encuentran un conjunto de servicios relacionados con el ocio o entretenimiento sin dejar pasar sus espacios adecuados para relajarse o trabajar, además cuentan con un amplio menú con más de 160 productos.

CHAI actualmente opera 12 sucursales dentro de la república planeando cerrar el 2016 con 13 sucursales y para el 2017, operar más de 15 sucursales en total.



PROBLEMÁTICA

Más allá de querer afiliar clientes, CHAI no tenían un control sobre incrementos de sus ofertas, promociones y visitas constantes de sus comensales.

No existían indicadores precisos para lograr visitas frecuentes y conocer el perfil de sus clientes.



“Con el programa de lealtad logramos identificar las preferencias de consumos de nuestros clientes, de esta manera las campañas y promociones de CHAI se han vuelto precisas y relevantes ofreciendo a nuestros clientes lo que les gusta en el momento indicado.”

– **Lorena Ortiz,**
Gerente Administrativo
Administracion2i@chai.com

LA PROPUESTA

Una vez que analizamos el perfil de CHAI se realizó una propuesta del sistema Easier Loyalty según las necesidades y su forma de operar. Un sistema de lealtad que operaría desde una plataforma web, la cual estaría conectada al sistema de venta de las sucursales de CHAI para identificar hábitos de compra y patrones de los clientes.



Se presentaron reglas para operar el sistema, las reglas consisten en envíos automáticos como cupones de cumpleaños, estados de cuenta, recordatorio de puntos y además alertas de seguridad para monitorear el sistema de posibles fraudes.

Algunas alertas de seguridad que se establecieron:

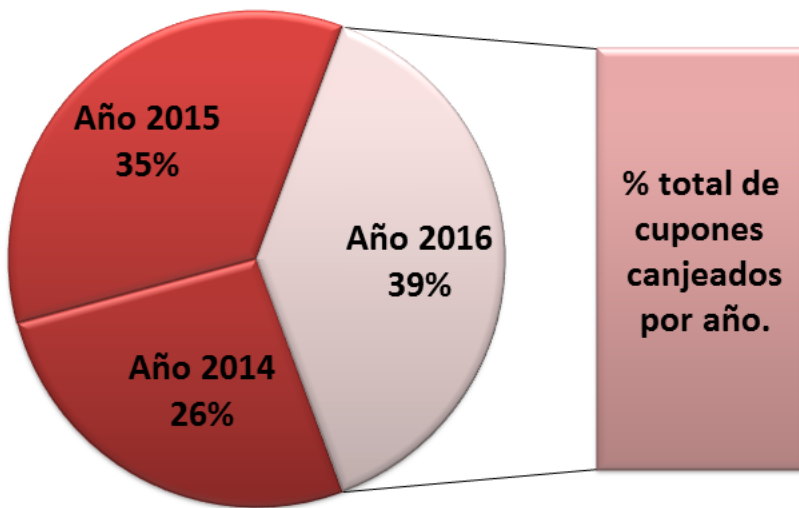
- **Uso de tarjeta.-** Alerta sobre una cantidad máxima de uso de la tarjeta: suma de puntos, resta de puntos, canje de cupones, etc.
- **Saldo máximo en puntos.-** Alerta sobre un monto máximo de puntos en una tarjeta
- **Transacciones por día.-** Alerta sobre una cantidad anormal de transacciones de 1 cliente en 1 día.

Entre otros indicadores que ayudarían a detectar el mal uso del sistema en tiempo real.

RESULTADOS

Actualmente CHAI cumple 3 años operando el programa de lealtad, gracias al sencillo análisis de consumo, las campañas personalizadas y retroalimentación frecuente del equipo, el programa de lealtad sigue siendo un éxito ya que tanto transacciones como retornos de clientes siguen creciendo año con año.

Gracias a los filtros inteligentes del sistema Easier Loyalty CHAI obtuvo información respecto a los gustos de los clientes generando mayor afluencia y relevancia en sus campañas.



“Determinar si un cliente es frecuente, habitual u ocasional es uno de los factores que tuvo mayor impacto sobre la toma de decisiones tanto en promociones como campañas.”

Actualmente Easier Loyalty cuenta con más de 25 filtros predeterminados, sin considerar todos aquellos que pueden variar según la necesidad del giro, la marca o empresa.

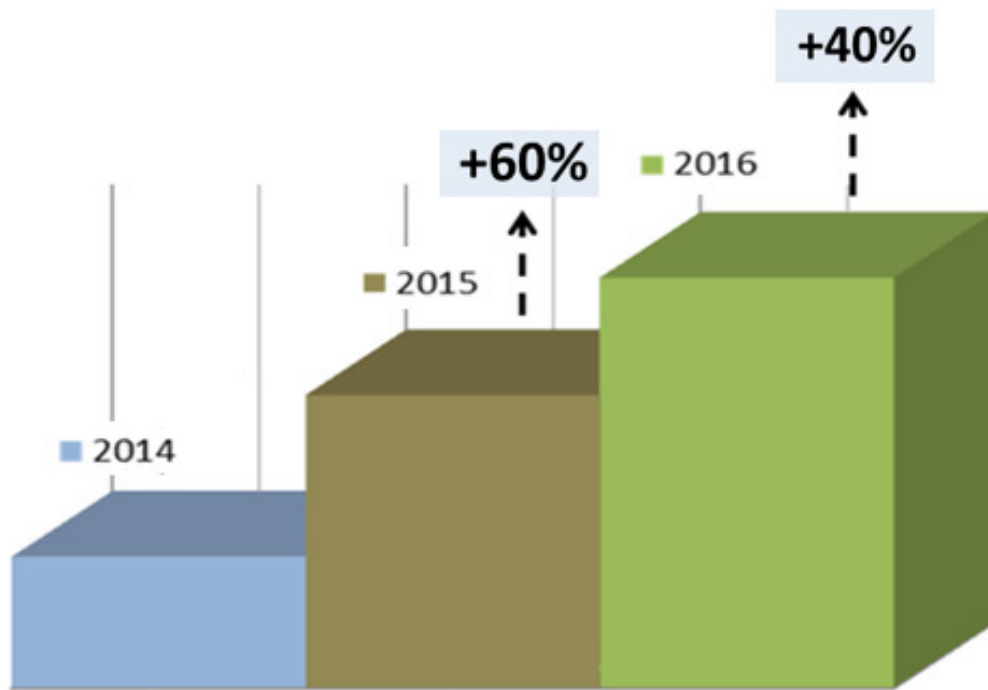
Datos comerciales

Visita realizada	Cualquiera	60	días
Numero de retornos	Cualquiera		y
Fecha de compra	Que fue en los últimos		
Gasto en compra	Que no han venido en	24	y
Calificación en las encuestas			

LA CLAVE DEL ÉXITO de un programa de lealtad es, la retroalimentación frecuente de resultados acompañado de acciones; es común que los primeros 6 meses de operación de un programa de lealtad las afiliaciones y transacciones estén en crecimiento a causa de moda o novedad. Sin embargo el verdadero resultado se muestra a mediano plazo, tal como CHAI continua haciéndolo.



**En promedio un cliente afiliado al programa de lealtad
gasta 22% más que uno cliente natural.**



Transacciones CHAI

“En CHAI buscamos innovar y ofrecer lo mejor para nuestros invitados. Gracias al programa de Easier Loyalty reforzamos la marca y la fidelidad de nuestros clientes, logrando construir éxito juntos”

Pablo Romo,
Gerente General
gerencia@chai.com.mx

¿CÓMO FUNCIONA EL SISTEMA DE LEALTAD?

1. El ciclo de afiliación es muy sencillo el cliente adquiere su tarjeta de lealtad en cualquiera de las sucursales de CHAI dándose de alta directamente en el punto de venta con su nombre y correo electrónico.



2. Comienza a generar puntos conforme a sus visitas y consumos.



3. El sistema almacena toda la información referente a estos movimientos como: horarios de consumo, productos de consumo, frecuencia de consumo, sucursales que visita, etc.



4. Se analizan los perfiles y se aterrizan promociones, encuestas o campañas en base a características de grupos, ejemplo:

- Los clientes que representan mayores ventas para la empresa.
- Los clientes que no han regresado hace 60 días.
- Los clientes que me calificaron por debajo de la calificación “aprobada.”



PROYECTOS FUTUROS.

De acuerdo a los resultados estadísticos CHAI pretende trabajar con diferentes programas dentro de la plataforma como: lealtad VIP, Empleados, Clientes Lealtad. Con la finalidad de seguir perfeccionando la personalización de campañas y promociones. Incluso se pretende desarrolla la integración de una aplicación móvil con el sistema.

“El objetivo de un programa de lealtad tiene que ser conciso y claro: en Avansys nuestro objetivo es aumentar el monto promedio por compra de los clientes, de lo contrario nuestro sistema pierde valor en lo absoluto”.

– Ramón Díaz,
Dirección Comercial Avansys
ramond@avansys.com.mx





chai[®]
café + comida + bebida + revistas

**Easier
Loyalty**[®]

☎ 01 (33) 3125-6832 | 1057-0121

✉ info@avansys.com.mx

El contenido intelectual de este documento es propiedad de Easier Loyalty